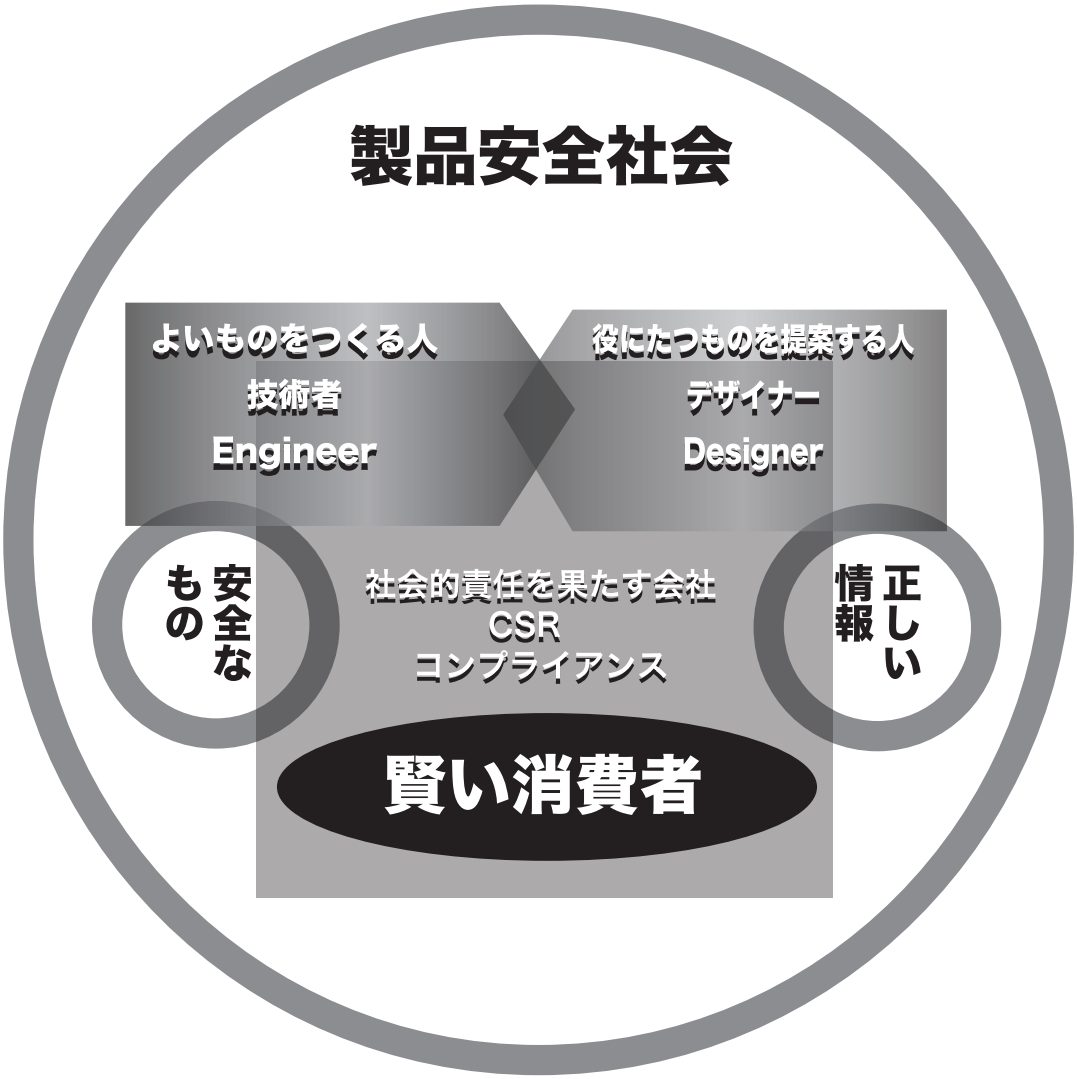
最新！ PL 対策

2013 年 web 版

解説書



製品安全社会は正しい PL 対策で実現します。

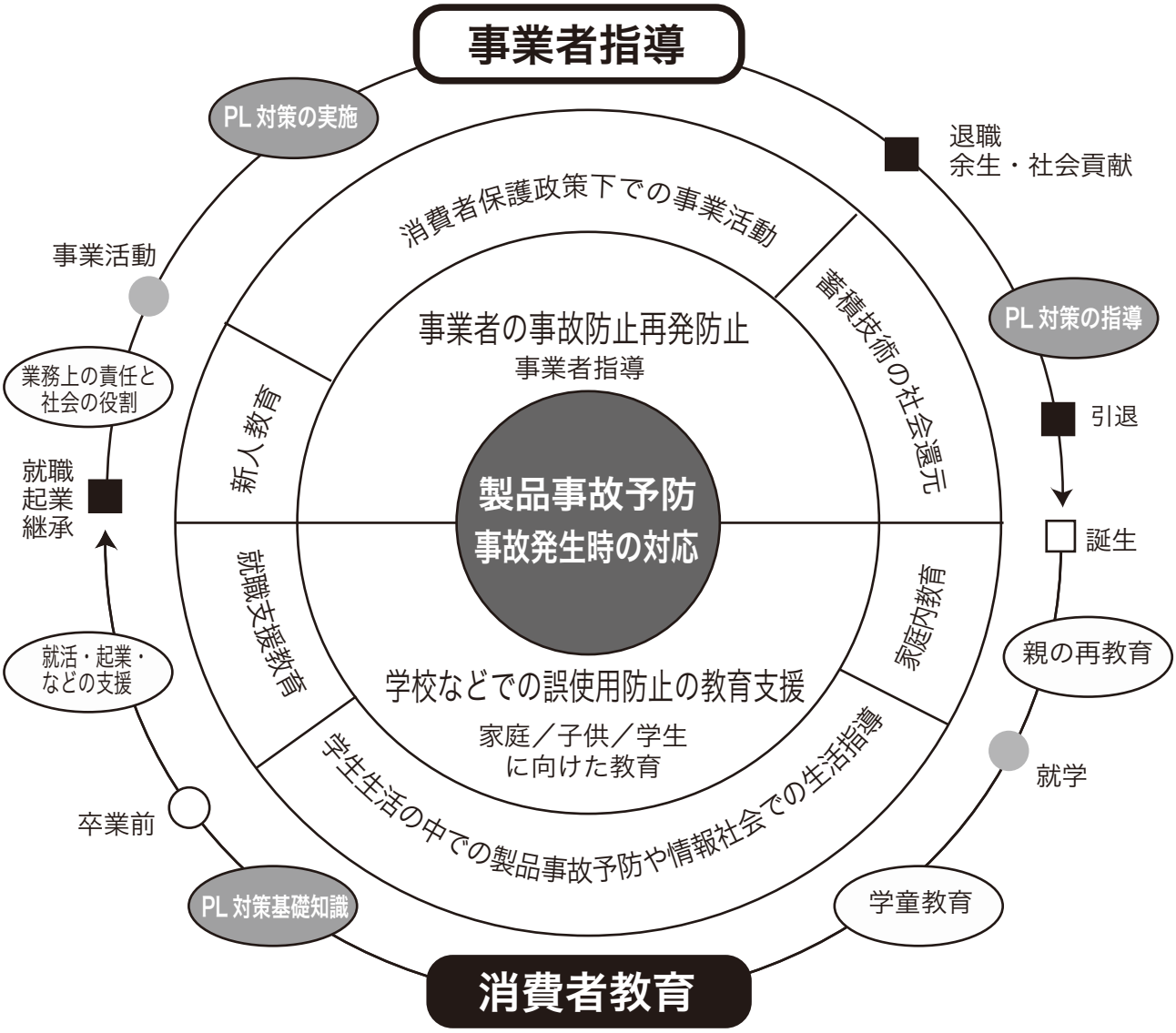
JTDNA®
特定非営利活動法人
日本テクニカルデザイナーズ協会 TM

jtdna 検索

©PROCONSULTS 2013.07 JTDNA

生まれてから死ぬまで私たちは製造物のリスクと共存してます。

平成7年7月に日本では初めて消費者保護のための PL 法が施行されました。この法律は、いわゆる製品事故の中で、製品欠陥が原因であるなら、その製品を製造し市場に供給した事業者は、その欠陥が原因でないこと（事業者の無過失）を証明できないと、民事上の賠償責任を負うことを明確にしたものです。その後、消費者基本法の改正から始まりあらゆる法律は、消費者保護にシフトしました。生涯我々は製造物を利用し消費して生きています。社会の経済活動の基盤であるこの PL 対策は、一部の特殊な知識の人が活躍するのではなく、社会人なら当たり前に、また現役を引退したらその経験を社会に還元することで、孫や若い世代に役立てるのです。国任せではない製品安全社会の醸成、皆さんの経験を活かして実現させましょう。



INDEX

はじめに ····· 3 ページ

1. PL 法施行当時の時代背景と現在

2. 国の取り組み ····· 4 ページ

3. 便利さの裏側 ····· 5 ページ

4. 価格競争の結果責任 ····· 7 ページ

5. 環境の変化（web 社会）

6. PL 対策は消費社会の基本 ····· 8 ページ

7. PL 対策 ····· 9 ページ

7-1　具体的な PL 対策 ····· 10 ページ

7-1-1　製品欠陥事故予防策（PLP）

7-1-2　製品欠陥事故発生後対策（PLD）····· 12 ページ

8. 正しい PL 対策の効果 ····· 15 ページ

9. PL 対策の導入 ····· 17 ページ

10. 製品安全社会を醸成する為には・・・ ····· 18 ページ

10-1　4つの大きな取り組み

10-2　製造・輸入者にできること

10-2-1 製品の寿命を伝える！

10-3　流通事業者にできること

10-3-1 消費者に安全上の情報を伝える！

10-3-2 どうやってその情報を届けるか！

重要事項

この解説書は著作権が生じています。いかなる場合も、著作権者の承諾を得ずに、出版や web などに転記転載することはできません。承認を得るには、当協会事務局（下記）にご連絡ください。

JTDNA 事務局　eMail c-japan@jtdna.or.jp

はじめに・・・

この解説書は、非営利活動法人日本テクニカルデザイナーズ協会（略称 JTDNA、以下当協会）にて発行している「最新！ PL 対策解説書 2009」を基本に積み上げてきた実績と、最新の消費者政策や行政および関連機関の動向を取りまとめています。特に1995年の PL 法施行当初の関係者による「PL 対策とは国内の特定の製造業の企業防衛的取り組み」との誤った認識が今でも大手から零細事業者に蔓延しています。そのような状況に危機感を持ったり実際に事故やクレームにより早急な対応を必要としている事業者が、JTDNA に情報を求めてきています。消費者保護という世界的な動向と、消費者側でのオークション、スマートフォンなどの急速な普及により、時代に則した正しい PL 対策の普及が求められています。そのコアとなっているのが、JTDNA で発行している「最新！ PL 対策解説書」です。
さらに、消費者政策で最も重要なことが、「消費者に正しい情報を伝える」ということに集約され、製品事故などの予防、特に「誤使用による事故予防」について、取扱説明書の「品質」が大きく影響しています。とはいえ、この取扱説明書について、その目的や機能などを含めた「全ての製品に通用する基本的な取扱説明書のガイドライン」や「最新の PL 対策を示すガイド」がありませんでした。当協会の具体的なサポートメニューを利用し、会員間の取り組みが成果を挙げています。当協会のシンポジウムなどで、その取り組みが公表され、具体的なクレームや返品の減少に効果があったとして、流通小売り関係者などに注目されています。
この解説書は従来の冊子として公表している「最新！ PL 対策解説書 2012」及び PDF データで公開している「最新！ PL 対策（事業者向け ）導入ガイド」と併用してご使用ください。

1. PL 法施行当時の時代背景と現在

日本で初めての消費者保護法、製造物責任法が平成7年（1995 年）に施行されました。現在私たちが日常当たり前に使っているスマートフォン、携帯電話などより遥かに性能の低い電子計算機を、国や銀行、大企業そして一部の技術者やデザイナーが使用していました。
今の web、しかも facebook や Twitter、新聞から動画、何から何までネット上を介して自由に誰でも使える時代では考えられませんが、施行当時は企業内の極秘情報だった製品欠陥による事故の情報は特定の関係当事者しか知ることができませんでした。

当時では夢のようなハイテク製品も、今では子供さえ当たり前に使っています。コンビニや量販店、DIY ショップなどでは海外製品が日本製品を遥かにしのぐ量で棚をにぎわせています。お店の店員はアルバイトが多くなり、大きなお店でも派遣社員などで専門知識を持っているとは限りません。
自分でかごに入れてレジでピッ！とバーコードを読んで会計するだけ。POS というシステムで在庫管理され少なくなったものは自動的に発注する、こんな具合に効率よく製品が消費されて行きます。
ネットショップも当たり前になり、何でもかんでも居ながらにして簡単に買えます。調べたければインターネット検索でさくさくと大量の情報が得られます。最近では高齢者も、買い物に行く負担を軽減するためにネットショップなどを利用します。簡単に買える反面説明不足になりがちです。ひと昔前なら「説明してくれないお店＝サービスの悪いお店！」と評価されることです。そして製品を市場に供給する多くの事業者は、この説明不足による後々の負担増に気づいていません。

2. 国の取り組み

便利に大量のものが消費される時代になり、一つの製品の売れる期間が短くなった結果、製造・輸入する側にとっては次々に新しい製品を作り探し続けるという、以前とは比べ物にならない程、事業者負担が増加しています。
さらに、車の安全性能が大幅に向上し交通事故が激減したのに、今度は製品事故が消費者の安全を損ねていることを受け、平成19年に経済産業省では、製品安全（PS といいます）を消費者保護政策の柱に組み入れ、従来の製造者（輸入者）だけでなく、流通小売り事業者に対しても、製品安全の取り組みについて指導を開始しました。事故情報を集約させる製品事故データベースを構築し、日本中の消防機関からは製品起因の火災、ケガなどの情報を、警察や医療機関からも製品起因の事故情報を集めるインフラ整備を開始しました。
当然、全ての事業者に対し、製品事故報告義務を課し、報告されない場合は徹底した指導を行うことになり、事業者にとっては更なる大きな負担になってきました。

消費者庁の設立

シンドラーのエレベータ、六本木ヒルズの回転ドアなどビル施設の維持管理に起因する事故、こんにゃくゼリー誤嚥（ごえん）で窒息死が多発、中国製毒入り餃子事件などの食品事故、湯沸かし器や暖房機による一酸化炭素中毒事故等を受けて、消費者基本法も改正され、消費者庁が設立され、いわゆる法律のグレーゾーンをしっかり監視監督出来る体系が整いました。
健康機器、健康食品、情報家電、スマートフォン、タブレット端末、ゲーム機器など、PL 法施行当時には無かった新たな製品が次々に生み出されます。
今までの縦割り行政下に出来た業界団体に属さない、また属性を作れない多くの事業者が新しいものを製造、輸入販売、小売りをしています。
一例として、日本の住宅事情や価格の安さなどで大量に販売されている「組み立て式家具」があげられます。
最も古くからある道具の一つが「家具」です。木製であれば誰でも作れ、小学校の工作でも作ります。「桐ダンスは虫が付きにくい」というのが以前は当たり前でしたが、樹木の生長の早い東南アジアの桐で作った総桐ダンスで、中に入れていた和服の虫食いによる損害請求をされ、大手百貨店系通販が高額な賠償を自費で払ったこともあります。
また、高さの低いものは人が上に乗りやすく、一方、高さの高いものは転倒リスクが高まります。「キャスター付きの椅子を踏み台にして事故になった」「極端に奥行きが浅く、壁一面に取り付ける収納家具を自分で組み立てたが、組み立て方や置いた場所が悪く倒れた」など、一つ間違えれば重大な事故になります。阪神淡路大震災以降、家具転倒が死亡原因になったことが注目され、国や自治体が、地震対策として最も重視しています。取り付け・組み立てが正しく出来ないことで事故になれば、それらも事業者の責任になる可能性が高くなります。単に JIS などの「耐過重100 kg」や「ホルムアルデヒド等の基準」程度の準拠では、安全性に対する事業者責任欠落といわれても、反論の余地はないでしょう。「法律で決まっていないから改善する必要はない」ということがまかり通る会社の将来は、今や誰でも想像に難くありません。

もはや安全対策は全て消費者任せとなり、事業者の安全上の品質管理機能も働いていません。組み立て式家具は「未完成品」を販売し、買う側は完成品のイメージで購入、買ってみたら組み立てがうまく出来ず返品や苦情となり、強度不足で壊れてしまうことも多々あります。しかしこれらについての基準はありません。家具以外にも同様に、最近流行の LED シーリングライトの取り付け上のトラブルや、パソコンの USB に接続する劣悪な品質の扇風機のモーター故障によるパソコン回路のダメージなど、食品だけでなく、様々な問題が明らかになってきました。重大事故にならないと動けない行政に依存しない、民間の自主的な取り組みとして、PL 対策に新たな活路を事業者が求めています。

3. 便利さの裏側

便利になった反面、今までの常識の通用しない「誤使用」が大きくクローズアップされてきました。

今までは、「誤った使い方でのトラブルは消費者の責任」と司法も判断していましたが、昨今では「予見される誤使用は事業者の責任」と変わりました。

そのため、正しい使い方を伝えられていなければ、いくら注意書きを書いても事業者の消費者に対しての責任転嫁として、消費者からも嫌われる様になりました。「売りっぱなし」という販売方法が便利そうに見える一方で、本来の「良いお店」すなわち、親切で丁寧な売り方と乖離（かいり）していきます。

それがクレームや返品、そして事故となると、小売り販売事業者にとっては、顧客離れ、事後対応に追われ、大変な負担となります。

そしてリコール法整備が進む中、行政もリコールハンドブックなどを公表し、積極的なリコールを事業者に求めるも、販売後の実使用者の特定が重要な課題になっていて、具体的な指導やインフラ整備ができていません。。

通販のように購入者情報を得られる場合でも、転売や消費者同士のオークション、カタログギフトなど、購入者と使用者の同一性が不明になっています。現金で売る場合はなおさらです。レジの バーコード（JAN コード）には事業者や商品を特定する情報が入っています。最近は小さなお店、スーパーでもポイントカードを連動させ、バーコードの情報とポイントカード発行時に書いた個人情報をリンクさせ、誰が何時何を買ったのか、を特定するようになっています。

そして、最近問題になるのは、本来なら古物商の免許を持たなければ中古品売買をしてはならないはずが、個人のガレージセール、リサイクルショップ、オークションなどですでに常態的に個人間で売買されている場合です。中には盗品などもまぎれ、行政監視の限界が散見していて、これらがもし盗品であれば警察が介入し、製品事故になれば、再利用や寿命表示をしない、正しい使用方法やリスクを伝えなかった流通事業者の責任も問われることになります。そのことについては「流通事業者向け製品安全ガイド」を経済産業省が公表したことでより明確になっています。（右のホームページ）

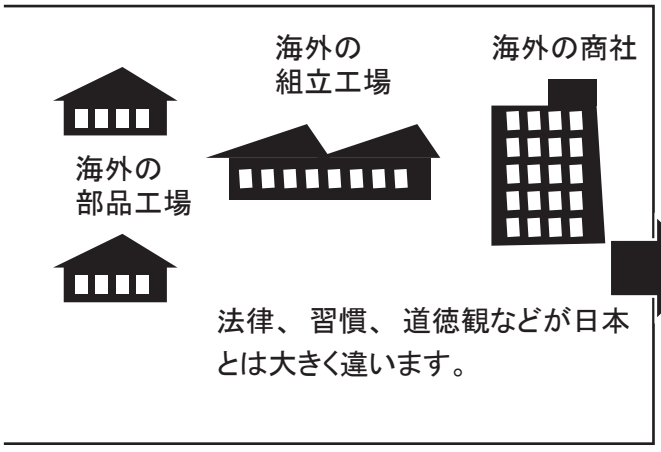
【製品安全に関わる行政ホームページ】

■消費者庁消費者安全課
http://bit.ly/11VVzZf

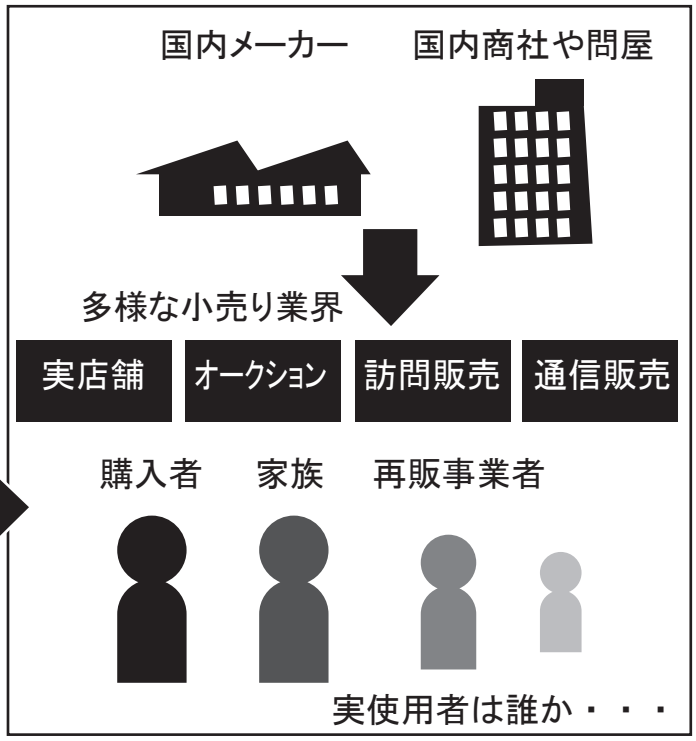
■消費者向け製品安全ガイド
http://bit.ly/12D0gm1

■事業者向け製品安全ガイド
http://bit.ly/11VPXy0

■流通事業者向け製品安全ガイド
http://bit.ly/12D06Ln



トレーサビリティや品質の確認は難しい・・・



4. 価格競争の結果責任

国内の大手メーカーも今では多くが海外生産となり、部品の一つ一つをしっかり丁寧に見定めたり、高品質な部品供給者を選択する事も難しくなりました。価格競争の面から従来の国産と同じものを求めることもできず、製品安全上の品質低下の原因になっています。
「日本製の良さ＝安くて丈夫で長持ち」という構図には当てはまらなくなりました。
さらに、天下りができなくなり形骸化した特定事業者団体の古い取り決めに準じて作成された、雑然とした注意書きと記号羅列を社内品質管理に組み入れたままの事業者の「消費者不在の説明書や各種表示」が、小売り現場で問題になっています。本来の正しい使い方が説明不足になり、企業防衛的で消費者からは明らかに嫌われる印刷物が、大量のクレーム、ネット上でのネガティブ情報による炎上、返品の続出などの原因になっていることが判ってきました。
大手メーカーのセラミックヒーターように、事故が起きたので自主回収を指導されたのに、対応を放置して大変痛ましい火災事故を起こしリコール命令となると、最後の1つまで回収責任を負わされることになります。中小零細では会社そのものが存続できなくなります。

5. 環境の変化（web 社会）

インターネットを介し、情報を瞬時にいつでも得られることが当たり前になりました。仕事上ではすでに当たり前になった一人一台パソコン、そして消費者については、さらにもっと先に進み、動画から音楽配信、パソコンを上回る高性能なタブレットやスマートフォンが格安で手に入ります。通信インフラも10年前では考えられない、ましてや PL 法施行当時（1995 年）とは全く次元の違う web 環境となりました。選挙も小売りも宣伝も、そして行政の不法行為監視など、あらゆる場面で生活や仕事の効率化が進んでいますが、新たなリスクも生じています。
特に、消費者基本法大改正とともに消費者庁設立のきっかけになった【安全】【表示】【契約】という大きな柱に共通することは、「消費者への十分な説明責任」であり、国も例外無く全ての団体組織・事業者に課された大きなテーマです。

いかに技術的に優れた製品やサービスを製造、提供しても、【消費者の知識レベルに合わせた正しい説明がされているか】の理解について、厳しい監視の目が光ります。
その一方で、製造、輸入などについては規制緩和がますます進みます。すでに行政の「法律による作る側に対する厳しい監視」は、多様な方法で次々に生まれる中小零細事業者（個人の自営業、副業も含まれます）の実態に追いつかず、「違反して販売してはならず！」として小売り側に向けられています。
例えば、AC100V を使う電気製品には PSE という技術基準があり、「違反して販売すると販売済みのものはリコール、個人には最高1年以下の懲役刑・100万円以下の罰金刑、法人には最高1億円以下の罰金刑に処せられることがある」となっています。他のものもほぼ同様、最高3億円という基準も公表されました。

以前の、製造者に的を絞った「狭義の PL 対策」では、こういう社会構造にそぐわず、例えば、取扱説明書や注意書きの、「してはならない」の羅列や、結局日本社会にはなじまなかった記号表示の強要などは、今や、消費者保護政策に逆行し、最近の判決事例などにおいても、元々想定外の「誤使用」については、何の対策効果も見いだせなくなりました。
この新しい時代に適った、新たな PL 対策の必要性を重視した取り組みや研究が、民間事業者や JTDNA などで開始されています。

6.PL 対策は消費社会の基本

たった一枚のシールに書いている内容の順番が異なっていた、賞味期限を間違えて印刷した等、直接製品事故にならないことでも、表示違反として自主回収になります。いわゆる No.1 表示、比較広告、有利優良誤認表示、原産地や賞味期限、消費期限等の表示漏れや誤った表示、正しい効果効能などの根拠を証明できない表示や表現も、厳しい行政処分を受けます。ましてやプロであるデザイナーに頼んで広告物やホームページを作ってもらい、印刷データを作ってもらったのに、デザイナーが素人だった、ではお金を払った事業者はたまったものではありません。
新しい製品を企画したり設計するのもデザイナーの仕事です。
また、被害者側の弁護士や司法書士、企業コンサルティングの会社や社員、PL 保険などを売る保険代理店、保険契約を担当する総務部の方、品質管理やお客様相談室の担当など、これから先、ますます強化される消費者保護行と社会の中で、PL 対策を知らずしては日常の業務も円滑にはいかなくなると思います。
実務を行う方達、その上司や経営者も「知らなかった」では済まないのが PL 対策というものです。製品安全だけでなく、製品（サービスや無形の商品なども）を販売するからこそ、販売後に生じる事業者責任を全うするための取り組みである「PL 対策」を軽視した結果責任は大変重く経営に影響します。
「消費者に正しい情報を伝える」というのは、製品やサービスにおいて具体的には、カタログ、パンフレット、チラシ、web サイトなどの広告手段、そして製品などのパッケージや表示、正しく使用、消費するための説明などであり、その全てが正しい根拠のある情報を基に、訴求力のある、いわゆるデザインスキルをベースにデザイナーが制作する、図面などの設計図書を含む成果物でなければなりません。ですから新しい今の時代における PL 対策について、デザイナー抜きにしては効果を発揮できません。

ただし、そのデザイナーについても、従来のように、言われたまま制作するなどの下請け的な仕事をしていると、その結果責任として、多くのものを一瞬で失います。パソコンを上手に使って並べる、と言う単純作業では解決せず、新しいものを作るほどに、将来どのような問題を起こすか、と言う予測も組み入れた知識習得、テクニックを身につける必要があります。
そして、PL 対策を実際に指導したり社内でリーダーになって製品安全対策を牽引するのは、PL アドバイザーという新たな専門家です。PL アドバイザーが社内外のステークスホルダーを組み入れた体制やシステム、インフラ構築を行い、テクニカルデザイナーが、的確なデザイン成果物を制作する、そのチームワークが、費用対効果の高い即効性のある PL 対策を実現します。
経営はそれを支えるために資金、人的資源、開発現場から販売現場、それらの管理組織など、あらゆる関係者に積極的に働きかけ、その行動をホームページなどを通し、社会に公表することが成功の鍵になります。

7.PL 対策

PL（Product Liability）とは【製造物責任】ということですが、【製造者責任】と勘違いしている方が未だに法律家にもいます。PL 法には最終責任として記載されていますが、当然、欠陥製品を流通販売した事業者も責任を問われます。PL 訴訟でも明らかです。

「販売後の事業者責任」がこの PL という言葉の解釈ですが、判りやすく言えば「アフターサービス」となります。

売りっぱなしのモノであればアフターサービスは当然期待できず、お店も実態の無いネット上であればなおさらです。パソコンを買ったが使い方がわからないから問い合わせようと説明書を見たら、「メールで問い合わせしてください」と書いてある場合もあります。「ネットに接続できないから、使い方がわからないから読んだのに・・・」、これほど無責任なものはありません。

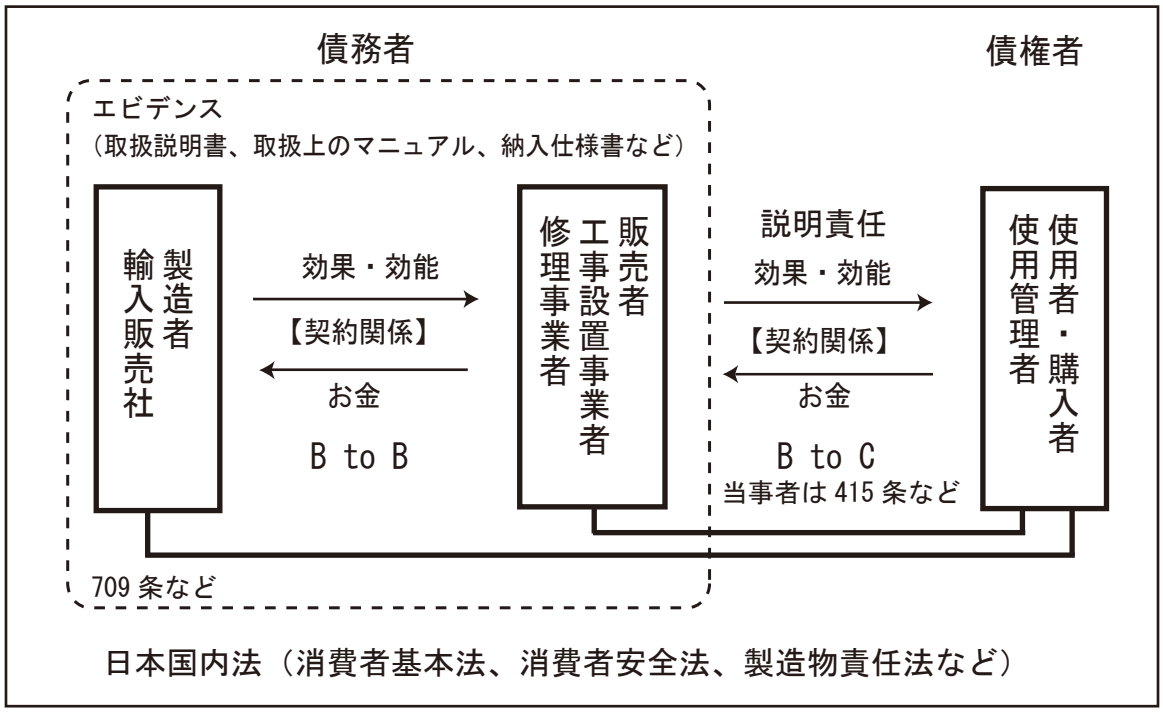
ヒーターを昨年買ったけど結局使わなかったので友人にプレゼントしたら、故障が発覚、友人がメーカーに連絡したら、「購入者ではないから対応できない、保証規定にそう書いてある」とのこと。対応できないとはいかなることか、これほど無責任な事業者はありません。最近では、良いお店として返品をいつでも受け付けるという事例もあります。

そう言い切れるというのは、「製品に自信がある」ということにもなります。当然良いお店や会社は、事故になった時は、たらい回しなどせず、迅速に被害者救済を優先し、被害拡大を防ぐためにあらゆる手段を講じます。こういう簡単な当たり前のことであるのに、「お金がかかる」「当社は事故を起こしたことが無いから大丈夫！」と言い切る会社もあります。

事故を起こさなければ PL 対策は必要ないのでしょうか。「質のよい対応を買うときも買った後もしてくれる店、店員」、これがすなわち、PL 対策の本質なのです。

PL 対策の質＝お店（事業者）の質

【製造者・販売者と使用者・購入者との関係】



この関係図は昨年から東京書籍の展示要請を受け、協会ガイドラインの抜粋を中学生向け技術家庭分野の教員向け指導書にも掲載したものです。最近では世界標準の流通情報システム関係者においても、BtoBtoC という消費者（Consumer）と事業者（Business）の関係として再認識されています。

7-1 具体的な PL 対策

今まで法律家や国、大手製造業などが主導してきた企業防衛的 PL 対策から新たな情報社会での取り組みについて解説いたします。尚、これらの取り組みは、平成7年 PL 法施行時から継続して実際に事業者指導や記載内容の具体的検証を行い、その結果を分析、再現性を確認された内容に基づいています。例外はありますが大きく効果を損ねたという報告はありません。
最近は、製造事業者以外でも本格的な研究を開始する動きもあり、今後、この PL 対策は、学術調査、研究、分析、運用試験などが進んで行くことが期待されます。

7-1-1 製品欠陥事故予防策（PLP）

経済産業省製品安全課の示すリコールハンドブックなどでは「予防的処置」として、製品設計時に置ける安全装置などの機械的安全に代表されます。
過去の事故事例などを基に設計の見直し、基準や法律の改正を行い、製造する側に事故再発防止の取り組みを指導します。当然、JIS、ISO、技術基準に準拠するのは当たり前のことです。

ただ、この行政機関の所管する製品群は、いわゆる消費生活用製品として区分されていて、食品、医薬品や医療器具、ときに健康関連のものはグレーソーンになります。公園の遊具、遊園地の施設、エレベータなどもこの行政機関では監督責任がありません。
そのため、消費者保護政策について、縦割り行政の隙間事案を埋めるために、内閣府に属性を持った「消費者庁」が組織されました。昨年からは従来の各省庁に依存した事故調査ではなく、独自の調査権を持った第三者機関の消費者事故調査委員会も組織され、一度各省庁で調査したものも再調査を行うなど、より消費者視点の対応をとっています。
ただ、全てが「重大事故が起きた」ということがトリガーになりますから、本質的な PLP という事故予防策にはなりません。

絶対安全などはありえません。如何に最先端技術を駆使しても、航空機事故は世界で起きていて、私たちは東日本大震災やその後の福島原発の事故で、嫌というほど、人間の技術力の限界を見せつけられています。

絶対に安全なものは無い。

全ての事業者や関わる人、消費者も全てこのことをしっかりと認識することです。だからこそ、機械安全に依存せず、事故予防のための知識を身につけなければなりません。この結果は事業者の場合、ホームページ、広告や取扱説明書などのデザイン成果物に如実に反映します。

●消費者が事業者の意に反した使用を行うことは常識であり、それを予見し誤使用防止対策を行うことは事業者責任である。
●正しい使い方を伝えず、禁止行為を羅列しても説明責任を達成しない。
●事故を予防するための具体的な方法は伝わったのか、どういう方法でそれを確認するか、また消費者が求めるときに何時でもその情報を伝えるための努力をしなければならない。
●経年劣化で安全を損なう可能性があるならば、設計寿命などを購入情報に表示しなければならない。
●行政の公表する事故情報と原因を対岸の火事と思わず、自社の中の技術基準や品質管理に組み入れる。そして取扱説明書や本体表示、誤認広告にまで検証を行い、あらゆる誤使用等を想定し、製品設計、製造に反映させる。
●自社や同業者だけの偏った基準などを見直し、JTDNA の様な第三者機関の発する情報、意見などを参考にして、より消費者的視点に立ち、不備改善を行う。
●ステークスホルダー（お客様も含めて）全てに対し、自社の取り組みを公表し、常に最新の製品安全情報提供を行う。
●販売中止してから10年以上の製品の実使用者の特定ができるような取り組みを行う。
●常日頃から事故が発生したときの初期対応力について検証し、情報共有システムや行政の製品事故情報も含め、ヒヤリハット的なものから事故の予兆を敏感に感じ取れる専門家を育成する。
●PLD の「初期対応」を良く理解し、事故発生情報（若しくは疑わしき情報）を得たら直ちにその対応のできる組織、システムを構築する。
●販売を終了した製品についても、安全上に関わる設計図書、取扱説明書、本体表示、試験データ、分析結果などのデータをステークスホルダー間で共有できる様にする。
●取扱説明書の注意喚起を見直す。設計や製造上で対応できることを、消費者責任に押し付けていないか、直接製品に関係の無いことを書いていないか、リスク区分に間違いは無いか、指示文としてシンプルに判りやすく書かれているかなど。（詳しくは取扱説明書ガイドライン第2章参照）

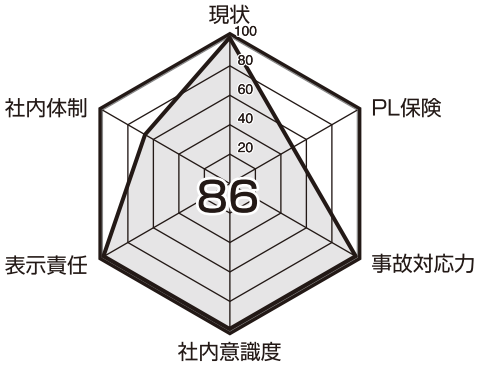
評価方法

当協会ではデザイン成果物である広告や取扱説明書の客観的評価検証プログラム、PL 対策の状況を評価する検証プログラムを、研修を行った正会員が使用し評価を行っています。
最近では、大手総合通販事業者の採用の品質基準に組み込まれたり、自社 PB 製品などの品質改善に利用しています。
当協会のガイドラインに準拠しているものについては、認定事業者（協会の第三者機関認定委員会にて客観的に資質を認められた事業者）経由で、証明印（エビデンスコード）を発行しています。（検証プログラムの解説は、取扱説明書ガイドライン 2011 年版に記載しています）

PL環境検証プログラム

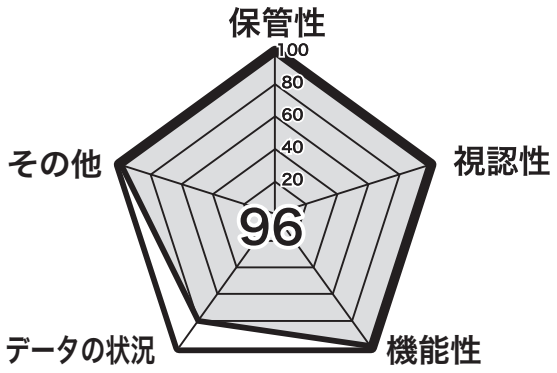
製品ごとの潜在的なＰＬ環境を示します。

左半分はPLP（事故予防策）の傾向、右半分はPLD（事故発生後対策）の傾向が表示されます。



取扱説明書検証プログラム

現在の説明書の内容、ガイドラインに則り使用者の視点を検証し 不備改善部分を表示します



①製造業だけでなく流通小売り業も ISO や JIS だけでなく、 設計意図を理解し、 使用目的などを想定し、 誤使用や経年劣化により事故に至る可能性のあるものなどについては製品の適正な寿命期間を使用者に伝える。

②保証規定などを見直し、 最新の消費者契約法などを参考に、 身勝手な保証無効を記載しない。

③正しい使用方法を最優先し、 過剰な注意喚起を避け、製品固有のリスクを明確に伝える。

④取扱説明書や注意書きに自己矛盾のないこと。

⑤内部要因に起因するトラブルは論理的且つ社会通念に基づき対応する。 特に安全に関わること、 拡大損害が内部要因で生じたなら、消費者には責任を転嫁できないことを全社員で認識する。

⑥リコールハンドブックや製品安全上の最新のガイドを活用する。

7-1-2 製品欠陥事故発生後対策（PLD）

製品事故が発生したら発動するのが PLD（Product Liability Deffence）です。 事故が起きたことを想定し的確な対応のできる組織体制整備、 対応マニュアル、リコールを含む被害拡大防止のための取り組みをいいます。 ただし、 平時にこの事態を想定して訓練を行っていないと、実際に事故が発生したときに対応の遅れが致命的になります。

PL 保険やリコール保険を契約しておくことで、事故により生じる様々な費用（時に莫大になります）を、 平常時の予算化により、 事故情報を得てから初期対応を迅速に行うことができます。 ただ、 保険会社や代理店の専門的知識がないと、 製品事故固有の特殊性に対応できません。

日頃から対応方法、 保険金の請求できる範囲などをしっかり確認し、 保険代理店の対応力を確認しておくことが重要です。

PL 法施行当時と現在の製品事故対応の環境の様変わりについての理解ができていないと、 企業防衛どころか企業の大きな信用失墜に至ります。 そして、 さらに製品安全行政の監視体制の強化に伴い、 従前とは比べ物にならない行政の厳しい指導を受けることになります。

従来、 製品に起因する事故が起きて火事やケガなどになった場合、 被害者もしくはその親族などから製品の製造者や販売者に直接被害の情報が入り、 もしくは被害者などが自ら原因企業に被害請求に来る、 というのが PL 法施行当時の、 PL 事故発生後の対応方法でした。

当時の保険会社が作成した PLD マニュアルを読むと、 明らかに「暴力団対策」として、 いわゆる「ナンクセ」を付けられたときの企業の対応方法が主になっています。 それをベースに、各企業は PLD 対応方法を構築しました。 例えば、 大きな声で恫喝された時はどうするか、 複数で対応する等が書かれています。

実際に PL 法施行前は、確かに「温風暖房機を買ったら畳が焦げたから、畳を交換する。一枚だけ変えると色が変わってしまうから部屋全部の畳の交換費用を払え！」と言われ、実際の現場を見ると明らかにタバコによる焦げ目があった、というものなど、悪質なものの対応に追われていました。

そして PL 法が施行されると、そのようなナンクセを付けても、今度は PL 法という法律で正式に司法対応をすることになり旨味が無いので全く鳴りを潜め、別の経済犯罪にシフトしました。代わりにでてきたのは「クレーマー」と言われる消費者です。

なぜクレーマーが育ったのでしょうか。その最大の要因は、企業が明確な対応をせず、払わなくても良いクレームに安直に過大な費用を払ったり、払うべき損害を正当に対応せず、弁護士などを介してしまうことです。やがて不満が大きくなり、ある時クレーマーとなりました。特にネット社会になると、ネット上でそのようなネガティブ情報が氾濫、また様々な法律情報や知識を得て、モンスタークレーマーを生み出しました。これも企業の責任なのです。クレーマー対応マニュアルを作っても、実際に企業内では専門家不在で、相変わらず法律家に対応を任せるため、司法対決という構図になり、本来、正当な被害額を算定し和解するべきものも、裁判所で戦うことになります。

司法もこの負担急増に対応するため、PL 法施行３年後には、ADR（早期和解）を促進するため、簡易訴訟制度を開始し、当時は最高30万円（現在は60万円）の請求額なら、極めて簡単に誰でも訴訟できるようになりました。

これを最も利用しているのは、消費者ではなく保険会社と言われています。例えば交通事故で相手の過失請求をしようとしても物損では自賠責が使えないため、任意保険に入っていない相手に請求する方法として利用しています。弱者のためのこういう制度も実際には企業が一番利用します。

今では、返品対応やお客様相談室などでクレームを対応する様になりましたが、やはり製品事故の結果、その製品以外の拡大損害（火事になり家が燃えたり、火傷したり、製品以外の損害が発生した場合を言います）があるなら、いかなる場合も事業者はその対応が求められます。

ただし、原因調査した結果、明らかに製品の欠陥（PL 法の欠陥の定義）でない場合は、被害者に対し、その責任が被害者側にあることを証明しなければなりません。論理的且つ合理的に説明できない場合は賠償責任から逃れることはできません。

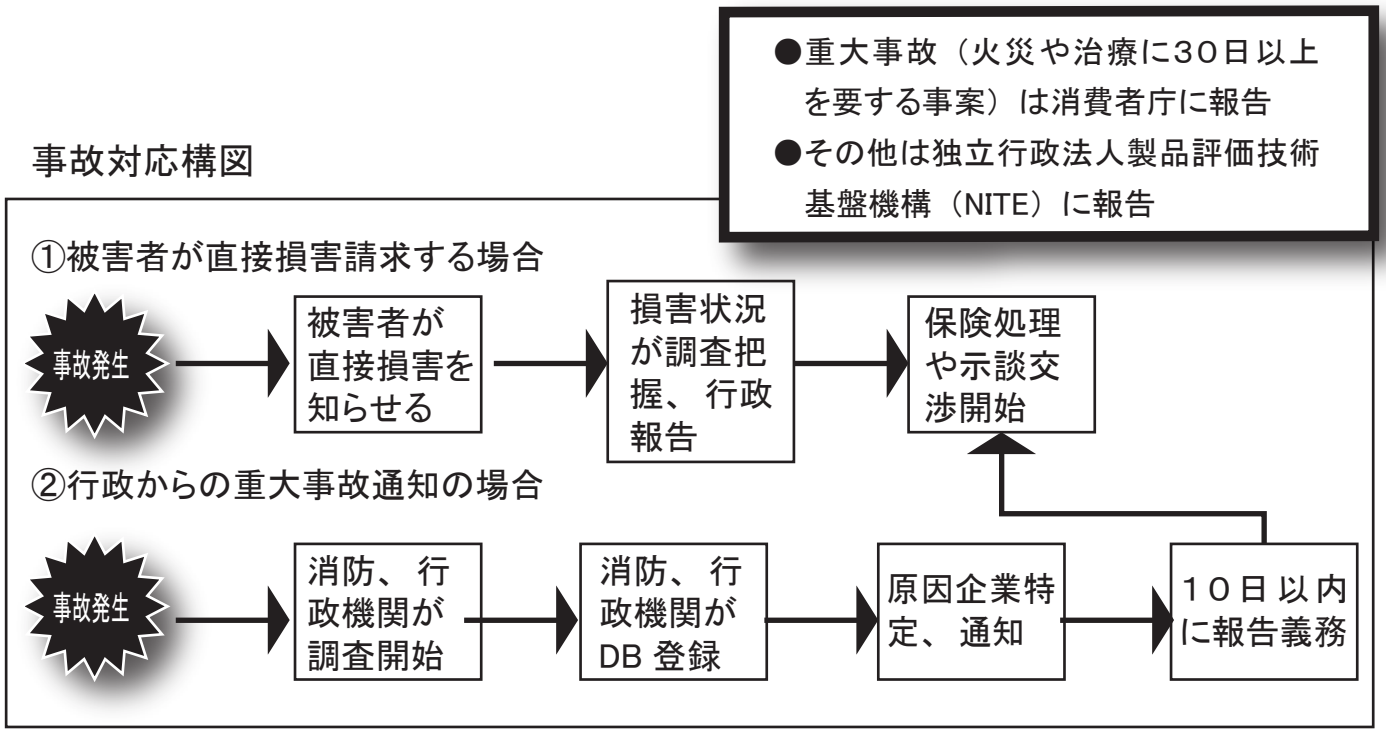
【PL 法上の欠陥の定義】

- **設計上の欠陥**
- **製造上の欠陥**
- **指示警告上の欠陥**

基本的には、内部要因に起因するならば製品の欠陥から逃れられず、外部要因であれば、使用者側の責任が高まります。
ここで問題になるのは、外部要因として、使い方が悪いから事故になった、言い換えると「誤使用」と言われる領域です。
多くの企業も司法も従来は、誤使用は使用者の責任、としてきましたが、当協会「第一回製品安全シンポジウム2011」にて「誤使用」をテーマにしたところ、東日本大震災の翌月にも関わらず多くの参加者があり、会場は満員になりました。そして当時の消費者庁消費者安全課や独立行政法人製品評価技術基盤機構（NITE）の参事官などの講演、そして誤使用に対する意見交換や会場参加者アンケートなどで、「誤使用は事業者の責任」と明確に示されました。
そして、誤使用を予防するための取り組みとして取扱説明書の改善や社内体制の見直しなど、PL 対策の新たな取り組みが認識されました。
※詳しい内容は、当協会の取扱説明書ガイドラインなどをお読みください。

【事故発生から収束までの取り組み】
製品事故データベースにはすでに、全国の消防機関、警察、地方自治体、医療機関などから、「製品起因」というキーワードで全てが登録されています。
下の図を説明します。
①の構図の様に被害者が被害が起きたらすぐに連絡をくれるという場合は、事故現状は保存されていることが多く、調査も直ちに行えますし、ケガなどがあれば医療機関にて診断書を得たり火災などでは修復費用の見積もりをお願いできます。
②は最近の事例です。火災が発生しても、被害者は火災保険で修理をしてしまい、火災現状を確認する術がなくなります。そして消防では火災原因調査を行い、残存物から製品や企業が特定もしくは想定できると、その企業を探し出し、「火災現場に貴社の製品らしきものがあった」と電話で通知します。
これが「重大事故を知った日」として記録され、その日から10日以内に事業者は所定の報告をしなければなりません。

事故対応構図



重大事故を知った日から10日以内に行うことが今では初期対応の重要な指標になっています。
①被害の特定
②製品と事故の因果関係
③製品の欠陥の有無
④製品情報
⑤リコールなど、拡大防止、再発防止策
⑥素早い公表
などを10日以内に行うのです。ですから事故情報を得た際に、「我が社の製品かどうか判ってからで良い」とか、「遠くてたいした被害ではなさそうだから・・・」「弁護士先生に相談して・・・」「担当者がうちの責任ではないと言っている」など、優柔不断なことをしている間にあっという間に10日は過ぎます。10日目には行政から「10日経ちましたが報告が未だ無いようですが・・・」と電話が入り、それからでは大変厳しい行政指導を受けることになります。既にその時点で法律違反なのです.
国がうるさいから・・・では済まない製品事故発生時の対応です。日頃から体制、インフラ整備、訓練などをしていないと、大量に売る売らないに関係なく、事故は起きます。そして明らかな欠陥の何十倍も「誤使用事故」があります。
その誤使用が説明不足に起因していたら、そして「何のアセスメントもされない企業防衛の説明書や本体表示」「小さくて裁判官も読めない判らない内容」であったら・・・
これでは担当弁護士もお手上げです。

8. 正しい PL 対策の効果

正しい PL 対策を実施することとは、製品事故や様々な表示欠陥など不測の事態も「予見の範囲」に組み入れ、「想定外」と言う何とも素人的な物言いで言い訳するのではなく、毅然とした事故対応を迅速に行える仕組みを作ることです。
そして何よりも大事なことは、販売後の責任を明確にすることで、あなたの会社の製品を買った人も使っている人も、正しく使用しその製品を使うことで様々な恩恵を受ける、そして期待した期間しっかり使えて、その期間が終えたら安全に壊れる、若しくは消費し終える、これに勝るものはありません。
その方は、その製品を作った企業のブランドを信頼し、買換え、知人友人に対しても良い噂を流してくれます。
企業は何のために存在するのでしょうか。社会貢献することは当たり前です。
PL 対策を推進する企業と無視している企業の格差はブランド力となり、企業の将来に大きく影響します。
web 社会では、さらに良い情報も悪い情報も一気に拡大します。あなたが IT を利用するしないという判断は関係ありません。ポイントカード、クレジットカード、銀行でお金を出し入れする、、コンビニで何かを買う、全てにインターネットを介した情報ネットワークに組み込まれて行きます。
便利さを知ってしまうと後には戻れません。最新の PL 対策にこの web 環境は大いに関係し、お店も問屋もメーカー、輸入事業者、個人、そして法人も、規模に関係なく社会の経済活動の基本と言っても過言ではありません。

言い換えれば、事業の成功もこの PL 対策の質に大きく影響しています。ですから当協会では、大手通販などが賛助会員となり、日々情報を交換し、社内体制整備、取引先を含めたセミナー開催、トリセツの改善の相談などが行われています。消費者政策になると、冒頭に申し上げた様に、縦割り行政では隙間ができてしまいます。一方、それを埋めるために設立された消費者庁は、下部組織団体も無く、事業者の相談窓口はありません。（最新！ PL 対策解説書2012年版3ページに詳しく記載）

NPO は消費者保護のための新しい時代の組織です。知恵をもちより寄付や会費で運営され、広く社会に貢献するために活動する法人です。

JTDNA というNPO は、製品安全や消費者安全、特に機械安全ではなく、使用環境というものに焦点を当てて、事業者が集まり、専門家を育て、取り組み実践の情報を共有し、それを公表していくことのできる日本で唯一の団体です。

今年から PL 検定3級は web 上で申し込みから受験ができます。

モノを作り売り消費するという経済の基本の基盤にあるのが PL 対策です。

ですから PL 対策の知識は日々の生活、仕事に直結しているのです。

今までは法律家という方々の専門領域のように思われてきましたが、法律家特に弁護士は、示談交渉が失敗し司法対決という最悪の結果の場合に必要な専門家です。事故を予防する為の取り組み（PLP）、事故が起きたときの対応（PLD）は、日々の仕事の中に組み込まれることであり、さらに経営者やマネージメントを行う者ものは、「迅速に対応する」という IT 社会の大原則に逆行することはできません。

専門職として目指すならば、ぜひ PL 検定2級を受験しましょう。そして我々の仲間として正会員になり、より専門的な講座を受け、テクニカルデザイナーや PL アドバイザーを目指してください。

専門家の必要性は行政のリコールハンドブック他などにも明記されていますが、誰が専門家とは書いていません。

あなたが専門家になり、企業活動を円滑に行う指南役となり、経営者が安心して経営に専念できる環境整備を行ってください。

一方、子育てや介護など、社会的弱者を支援する方々も、製品事故を防ぐ為の知識を身につけ、それを仕事に活かしてください。

家庭内でも、家族を悲惨な製品事故から守るためにもこの PL 検定は役にたつはずです。

なぜなら、この NPO は、そういう思いの個人が集まって作られた組織だからです。

そして独自に SNS（ソーシャルネットワーキングシステム）を持ち、その中で十分な守秘性を保ち、情報を共有しています。

9.PL 対策の導入

実際に企業の PL 対策を見直すとなると多くの障壁があります。
大企業、社内組織が複雑、多様な事業を展開している、業界団体の影響を強く受けている、経営者や管理職が ICT 環境に理解度が低い、消費者保護法などを理解していないなどとなると、それをまず乗り越えなければなりません。
社内組織でも、品質管理部署、デザイン制作部署、製造部署、営業や法務など、様々な部署間の調整なども必要になります。

最近はこういうことも含め、経営者の危機意識が高い会社、社内の風通しの良い会社ほど、積極的に PL 対策の改善を、取説制作者、お客様相談室の担当者などの声をしっかり受けとめ、経営側がミッションとして取り組む姿勢が顕著です。

社内コンセンサスを取りまとめるにも、最近は PL 検定を受け、当協会の取り組みを理解した社員が率先して取りまとめを行っています。
特に会社として取り組みを社内外に示す為に、当協会の賛助会員となり、社員の取り組みを会社が支持するというケースが、効果を上げています。

まずは、取扱説明書を見直す！

自社の消費者安全、消費者政策についての経営姿勢、設計者やデザイナーの意図が全て現れています。
本当に大切なことを伝えられているか、正しい使い方は判りやすく書かれているか、見やすいか、ここからスタートです。

PL 対策導入については、当協会のホームページから「最新！ PL 対策導入ガイド」をダウンロードしてください。

http://bit.ly/18uZQql

早期実現のポイント

①PL 検定の活用
3級は web でいつでも受験できますから、多忙な方でもいつでもどこからでも受験できます。
会社全体で取り組むなら法人・団体の受験も可能です。専門職にする場合は2級検定を受験されるとより具体的な取り組みができます。

②検証プログラムの活用
自社の取扱説明書の不備改善、PL 対策の実態を把握することで、改善の進捗も確認できます。

③取扱説明書の改善を進める
各部署の専任担当が集まりプロジェクトチームを結成し、経営側とともに取扱説明書の見直しをすることで、それぞれの部署の問題点などが明確になります。そして本体表示や技術的な改善、広告などの見直しなどに連動します。

10. 製品安全社会を醸成するには・・・

10-1 4つの大きな取り組み

①機械的安全（製造者が法律や基準を準拠して安全を最優先した設計・製造する取り組み）の PS（Product Safety）を履行すること

②使用環境での PL（Product Liability）という製品を市場に供給する【全ての事業者の販売後の消費者に対する責任】を全うする取り組みの履行

③消費者（購入者、実使用者とその環境を共有する家族など）が製品を正しく安全に使用（消費）する為の教育を受け、生活に反映すること

④国がそれを積極的且つ具体的に支援すること

10-2 製造・輸入者にできること

10-2-1 製品の寿命を明確に伝える！

永久に安全消費できるものは作ることが出来ません。一般的には、日常消費する家庭用製品は長くて10年、欠陥があって拡大損害が生じた場合の法律上の責任も10年だからです。もちろん、食品は鮮度を求めるほどに短くなります。また、業務用や公園遊具、建物の機械設備などは、所定のメンテナンスを行えば30年を越えても使用できるものがあります。これらは、設計製造する際に部品や材料の選択作り方や売り方を想定し決まります。法律により下限は決められていても、企業の品質に対するこだわりや国民性、思想的背景、道徳観などが異なったり、海外の様に日本の法律や行政監視監督の出来ないものは、輸入する事業者に依存するしかありません。食品以外で、特定製品以外について寿命表示できないものが多い現状にあっては、経年劣化により安全性に影響するものについては特に危機感を持たねばなりません。

10-3 流通事業者に出来ること

10-3-1 消費者に安全上の情報を伝える！

製品を海外で作っても国内で作っても、すでに現状は、製造者のトレーサビリティがあっても、その事業者の安全対策の取り組みは小売り事業者も、そして最も大切な消費者に届きにくいのが現実です。【設計者の思惑即ち設計意図】こそ、その製品の正しい使い方であり、それが確実に使用者に伝わらないと【誤使用】になります。ですから、単に製造者や製造時期、購入者などが特定できても、誤使用事故の防止や被害拡大防止にはなりません。正しい使い方を伝える手段として、設計図書を消費者（実際の使用者）に向け、正しく使用してもらう為の手順や、設計上では現状の社会の技術力では解決できないことについて、そのリスクを回避してもらう為の注意を誰にでもわかるように書く、そういう取扱説明書が不可欠なのです。

10-3-2 どうやってその情報を届けるか！

取扱説明書は製品に同梱する印刷物ですが、付属していなかったり紛失するものでもあります。スマートフォンやタブレットなどが格安で子供も高齢者も使えるようになりました。日本ではカメラ付携帯電話が世界に先駆け国内に普及し、QR コードが当たり前に使われています。
この QR コードを活用し、購入者だけでなく実使用者に届ける、また実使用者情報を得る為の取り組みが、JTDNA の賛助会員間で試験的に始まっています。
取扱説明書という言葉も、ネット上のコンテンツ「トリセツ」というカタカナ4文字で、海外に向けて日本の誇る文化として間もなく発信されます。
PL 対策の取り組みに完成はありません。社会環境が変われば PL 対策も変わります。常に最新の情報を得て、実際に取り組む、それを web 上で公開し情報を共有する・・・
最新！ PL 対策導入ガイドで web 対応力強化を示している通りです。

以上

JTDNA®
jtdna 検索
特定非営利活動法人
出版元 日本テクニカルデザイナーズ協会 TM
〒171-0021 東京都豊島区西池袋3−22−5 パークスビル 2F
電話 03-5875-6175 FAX 03-5875-6176
eMail c-japan@jtdna.or.jp

©PROCONSULTS 2013.07 JTDNA

ver.1307.04